

PRESSEMITTEILUNG

Ströer startet mit „Ströer Primetime“ reichweitenstarke Multiscreen- Bewegtbildvermarktung

- **Bewegtbild auf allen Screens: Mobile-, Online- und DOOH-Video aus einer Hand unter der Leitung von Andreas Heintze**
- **Erste Vermarktungsmandate für Tape.tv, Promiflash, myspass.de**
- **Rund 500 Millionen Video-Views pro Woche**

Köln/München, 9. September 2013 Ströer launcht zur dmexco einen neuen Exklusivvermarkter: Ströer Primetime. Der neue Vermarkter bündelt innerhalb der Ströer Digital Group das Geschäftsfeld Bewegtbildwerbung auf Private-Screens (Smartphone und Tablet), Home-Screens (PC) und Public-Screens (DOOH-Displays). Mit diesem sogenannten Multi-Screen-Szenario bietet Ströer Primetime alles aus einer Hand an – von der crossmedialen Planung, über die Buchung bis hin zur Kampagnenkontrolle.

„Ströer Primetime ist ein weiterer wichtiger Baustein in unserer Digitalstrategie“, erklärt Udo Müller, Vorstandsvorsitzender der Ströer Media AG. „Durch die Kombination unserer Online-Reichweiten mit Digital Out-of-Home erreichen wir für unsere Kunden hohe Reichweitzuwächse und sind damit in der Lage, mangelnde Online-Netto-Reichweiten im Video-Bereich zu kompensieren.“

Geschäftsführer von Ströer Primetime ist Andreas Heintze: „Mit unserem Angebot und unserer Reichweite werden wir die Bewegtbildvermarktung in Deutschland auf eine neue Stufe heben. Unser Kombiprodukt vereint die Targeting-Möglichkeiten von Online mit dem schnellen Reichweitzenaufbau von DOOH auf einzigartige Weise.“

Als Pilotkunden konnten Beiersdorf mit Nivea Men und SportScheck gewonnen werden. Die SportScheck Kampagne wird nur lokal in München auf Screens ausgespielt. Sie ist ein erster Test, der zeigt, wie die spezifischen Vorteile der beiden Medien mittelfristig für Location Marketing miteinander verknüpft werden können.

„Wir werden mittelfristig in der Lage sein, eine Bewegtbildkampagne automatisch so zu optimieren, dass in einer Region mit hohen Klickzahlen der Spot auch häufiger auf den DOOH Screens ausgespielt wird“, erklärt Andreas Heintze. „Dadurch sind wir in der Lage, im nächsten Schritt auch regionale Werbekunden zu adressieren.“

Ströer entwickelt dafür einen eigenen Video-Adserver, der als echtes Multiscreen Planungs- und Buchungstool eine dynamische und regionale Aussteuerung ermöglichen wird.

Ströer Primetime adressiert Content-Produzenten, die eine unabhängige Vermarktung wollen und positioniert sich deshalb als Alternative zu allen anderen Vermarktern, wie zum Beispiel den klassischen Medienhäusern, die zugleich auch Content-Produzenten sind. Damit ist Ströer Primetime unabhängig und unparteiisch.

Als erste Mandanten in der Onlinevermarktung hat Ströer Primetime zum Start das Musikfernsehen Tape.tv, das Celebrity-Portal Promiflash und das Brainpool TV-Portal myspass.de gewinnen können. Außerdem werden die kompletten Bewegtbildinhalte der Ströer Digital Group, wie z.B. auto-motor-sport.de, freenet.de, in der Ströer Primetime gebündelt. Im Bereich der Online-Videowerbung bietet Ströer Primetime Werbemöglichkeiten auf über 50 Websites – in Form von In-Page und In-Stream Videowerbung aber auch als Video Interstitials. Zusätzlich können die Online-Spots auf ausgewählten Themen-Channels ausgespielt werden.

Die Online-Angebote generieren bereits 50 Millionen Video-Views pro Woche. Hinzu kommen 140 Millionen Views auf Infoscreens und 300 Millionen Views im DOOH-Channel. Die medienübergreifende Kombination

schaftt einen klaren Nutzen sowohl für Werbungtreibende als auch für Publisher: denn die zusätzlichen digitalen Bewegtbildflächen erschließen neue Zielgruppen und steigern die Gesamtreichweite bei vereinfachtem Handling und einem einheitlichen Reporting über beide Mediengattungen. Über Online-Video und die digitalen Out-of-Home Channels erzielt Ströer Primetime insgesamt pro Woche bis zu 500 Millionen Video Ad Impressions und ist damit vom Start weg einer der größten Multiscreen-Vermarkter im deutschen Werbemarkt.

Über Ströer

Die Ströer Media AG ist einer der führenden Anbieter für Außen- und Online-Werbung und bietet den werbungtreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Premium-Kommunikationslösungen an.

Die Ströer Gruppe vermarktet über 280.000 Außenwerbeflächen und mehrere tausend Webseiten. Mit einem Konzernumsatz von 560 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2012 zählt die Ströer Media AG gemessen an den Umsätzen zu den größten Anbietern von Außenwerbung in Europa.

Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 2.000 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.stroeer.de

Pressekontakt

Ströer Media AG

Marc Sausen

Leiter Konzern-Kommunikation

Ströer-Allee 1 . D-50999 Köln

Telefon: 02236 / 96 45-246

Fax: 02236 / 96 45-6246

E-Mail: msausen@stroeer.de